



12



32



46

NEWS

- 6** Diese Themen bewegen Marken
Knapp die Hälfte der Unternehmen hat Purpose definiert
Kosmetik: Nachhaltigkeit ist wichtig, Zahlungsbereitschaft aber gering
Jüngere kaufen verstärkt direkt bei Markenherstellern
Nachhaltigkeitsbewusstsein steigt
Marken sollen sich für Klimaschutz einsetzen
Verbraucher beim Thema Künstliche Intelligenz gespalten
Kilians Markenlexikon

MAFO: KONSUMENTEN VERSTEHEN

- 12** MARKTFORSCHUNG – Inwieweit hat Corona das Verhalten der Konsumenten verändert? Verantwortliche bei Einhell, DMK, Grohe, L'Oréal, MVV und Olymp geben Einblick
- 25** NACHHALTIGKEIT – Marken müssen bei dem Thema glaubwürdig agieren. Haltung, Konsequenz und Transparenz sind wichtig. Und die sechs goldenen Regeln für grünes Marketing
- 28** SEGMENTIERUNG & PERSONAS – Corona hat Verhalten, Werte und Bedürfnisse der Zielgruppen stark verändert. Enercity zeigt, wie man diesen Veränderungen begegnet

MARKENFÜHRUNG

- 32** MEDIAPLANUNG I – Das Mediennutzungsverhalten hat sich gewandelt. Wie haben Marken darauf reagiert? Einschätzungen von Danone, Dr. Wolff, Melitta und Ritter Sport
- 35** MEDIAPLANUNG II – Was Werbekunden von Vermarktern erwarten können: Tipps für das Daily Business
- 38** MEDIAPLANUNG III – Marken nutzen Covid-19 als Thema ihrer Beiträge in sozialen Netzwerken. Unternehmen müssen dabei aber mit gespaltenen Reaktionen rechnen

Fotos: Jakub Jirak - Fotolia, Ekaterina Korkova - stock.adobe.com, alphaspirit - stock.adobe.com, Gustavo Gusto



42

- 42** Luxury Lead Conversion – Neues Level für Premium- und Luxusmarken in der Kundenakquise
- 46** PORTRÄT – Die Marke Gustavo Gusto hat mit Tiefkühlpizza in Restaurantqualität Bewegung in den Markt gebracht
- 50** BRÜCKENBAU MARKE – Vermenschlichte Chatbots
- 52** 3 FRAGEN AN – Julia Gundlach, Bertelsmann Stiftung, über Ethik-Guidelines für algorithmische Systeme
- 54** MÜNCHNER WASCHKULTUR – Der Seifenhersteller gestaltet feine Waschstücke mit Liebe zum Detail und will aus Kunden Freunde machen

HANDEL

- 60** VITALISIERUNG DES LEH – Wie kann der Supermarkt der Zukunft aussehen? Was ist den Konsumenten wichtig?
- 64** MOBILE POINT OF SALES – Wie Konsumenten als Sales Opinion Leader mit Smartphone für eine besondere Customer Experience sorgen und den Absatz steigern

RECHT

- 68** VERPACKUNGSGESETZ – Diese Änderungen bringt die Novelle des Gesetzes für Händler und Hersteller

SERVICE

- 72** PERSONEN
- 74** LESETIPPS
- 75** VORSCHAU / IMPRESSUM

Täglich News auf
markenartikel-magazin.deFolgen Sie uns auf
LinkedInmarkenartikel mobil
als App